

# **BAB I**

## **PENDAHULUAN**

### **1.1 Latar Belakang Masalah**

Beberapa tahun terakhir, telah bermunculan ritel-ritel baru, konsumen saat ini dimanjakan untuk membeli produk yang sama dari format ritel yang berbeda-beda. Belakangan ini, muncul tipe ritel modern yang dapat berjajar dengan toko tradisional. Ritel-ritel tersebut menawarkan keuntungan-keuntungan yang berbeda untuk konsumen sehingga konsumen tertarik untuk membeli pada ritel modern tersebut (Whidiya, Cristina, 2006:6).

Intervensi kekuatan pasar terhadap ruang sangat besar, seperti bisnis retail modern Indomaret dan Alfamart, menjadi arus utama yang diketengahkan untuk diberi ruang sebagai kekuatan utama oleh pemerintah dalam pembangunan di Indonesia. Dalam praktek, berbagai kebijakan pemerintah menempatkan intervensi kekuatan pasar sebagai aktor penggerak transformasi politik, ekonomi, sosial, dan budaya.

Ketertarikan pemerintah terhadap kekuatan ekonomi lain (aktor pasar) untuk menyegerakan pembangunan spacial ruang perdesaan sebagai bentuk sektor ekonomi begitu menggema. Studi Loekman Soetrisno tahun 1995 misalnya memotret kecenderungan tersebut. Menurutnya, pemerintah berusaha untuk memasukkan usaha industrialisasi melalui kekuatan ekonomi lain di perdesaan-perdesaan untuk mendirikan sesuatu industri secara fisik pada kehidupan warga. Industrialisasi menjadi tujuan akhir dari proses pembangunan perdesaan di Indonesia termasuk negara berkembang lainnya

(Soetrisno,1995). Intervensi sebagai suatu tindakan ikut campur terhadap urusan politik, ekonomi, dan budaya, negara lain. Meskipun banyak yang menganggap intervensi sebagai tindakan ikut campur yang berlebihan, pada dasarnya intervensi seringkali dilakukan karena ada niat membantu.

Menjamurnya ritel modern, dari minimarket hingga supermarket mulai dari daerah perkotaan hingga pedesaan di berbagai daerah membuat kalangan pedagang pasar tradisional semakin terpojok. Pedagang mengaku sulit bersaing karena representasi dari ruang yang sudah di pengaruhi oleh ritel modern, selain barang dagangan yang beragam, harga yang ditawarkan di pasar modern pun saat ini tergolong bersaing dengan pasar tradisional. Diduga menurunnya daya beli masyarakat di pasar tradisional selama ini akibat konsumen lebih suka memilih belanja di ritel modern, ketimbang di pasar tradisional. Kapasitas ritel tradisional tidak seperti ritel modern yang memaksa konsumen untuk mematuhi harga yang sudah tertera. Bagaimanapun juga pasar tradisional lebih menggambarkan perekonomian rakyat pedesaan kebanyakan.

Budaya yang telah berubah karena akibat dari pergeseran ruang akhirnya semakin menghilangkan budaya yang berada di pasar tradisional. Padahal pasar tradisional juga masih memiliki beberapa kelebihan atau keuntungan yang tidak dimiliki ritel modern, di antaranya adalah masih adanya kontak sosial saat tawar-menawar barang yang akan di beli antara pedagang dan pembeli. Di tempat itu, masih banyak orang yang menggantungkan hidupnya, mulai dari orang yang memiliki toko kecil, kuli panggul upahan, dan sebagainya.

Ruang yang dulunya terbuat karena adanya kebiasaan masyarakat karena adanya ritel tradisional kian menghilang. Selama ini pasar tradisional distigmakan dengan kondisi pasar yang kurang bersih dan bau, tawar-menawar yang rumit, tidak aman, risiko kurang aman, tempat sesak, dan sejumlah alasan lainnya. Perkembangan ritel modern saat ini sangat pesat, hal ini bisa dilihat banyaknya ritel modern yang tersebar di Indonesia. Skema ini hadir karena akibat bentuk dari representasi ruang sosial yang sedikit demi sedikit di rubah untuk memenuhi kebutuhan tertentu dari sang aktor pengusaha pasar modal.

Minimarket yang ada saat ini adalah salah satu bentuk perkembangan bisnis yang sangat pesat. Pasar selalu berlomba lomba untuk memberikan yang terbaik bagi konsumen. Ritel modern (minimarket) adalah toko yang mengisi kebutuhan masyarakat akan warung yang menjual dalam bentuk eceran yang berformat modern yang dekat dengan pemukiman penduduk sehingga dapat mengungguli toko tradisional (Hendri Ma'ruf.2005).

Kenyamanan belanja yang ditawarkan ritel modern memang tidak dapat ditemukan di toko tradisional. Toko tradisional memang memiliki berbagai kelemahan yang telah menjadi kebiasaan yang sangat sulit diubah. Kelemahan terbesar toko tradisional dalam menghadapi persaingan dengan ritel modern adalah faktor desain dan tampilan toko, tata ruang, tata letak, keragaman dan kualitas barang, promosi penjualan, jam operasional toko yang terbatas, serta optimalisasi pemanfaatan ruang jual. Ritel modern saat ini menyediakan berbagai macam kebutuhan yang diperlukan oleh masyarakat seperti : rokok, mie, minyak goreng alat kecantikan, susu, bubuk dan kental,

aneka jajanan biskuit, dan roti kering maupun basah, minuman bersoda atau tidak dengan kemasan dan merk yang berbeda-beda, perlengkapan rumah tangga, bahan dasar kue, obat-obatan, ATK, perlengkapan bayi dan di rittel modern juga terkadang tersedia mainan untuk anak-anak.

Berbagai macam contoh ritel modern yang ada di Indonesia mulai dari tahun 2015 pasar (bisnis ritel Indomaret dan Alfamart) mulai tertarik untuk mengembangkan sayap bisnisnya di kabupaten Blitar Alfamart, Indomaret. Mini market jenis ini adalah salah satu contoh ritel modern yang banyak menjamur di Kabupaten Blitar. Dengan tipe masyarakat Kabupaten Blitar yang sangat suka gaya hidup tinggi terkesan mewah dan berkesan elit jika berbelanja di ritel modern, budaya konsumtif ini juga tidak bisa dilepaskan dari kemampuan ekonomi dan kebiasaan mereka bersinggungan dengan dunia global, yang serba modern.

Dampak negatif dari pergeseran *spacial* ini adalah mematikan pasar dan toko tradisional yang sudah lama ada. Persaingan keberadaan pasar tradisional maupun toko tradisional muncul karena fasilitas kenyamanan maupun pelayanan dari ritel modern yang lebih baik sehingga membuat konsumen lebih memilih ritel modern. Hal ini kedepannya akan dapat mematikan keberadaan pasar dan toko tradisional yang jumlahnya lebih besar dan menyangkut keberlangsungan hidup masyarakat.

Tetapi saat ini keadaan toko sembako mulai bergeser, pendapatan toko tradisional dan minat masyarakat terhadap toko kecil “warung” mulai menurun, mereka lebih memilih untuk berbelanja ke Indomaret / Alfamart

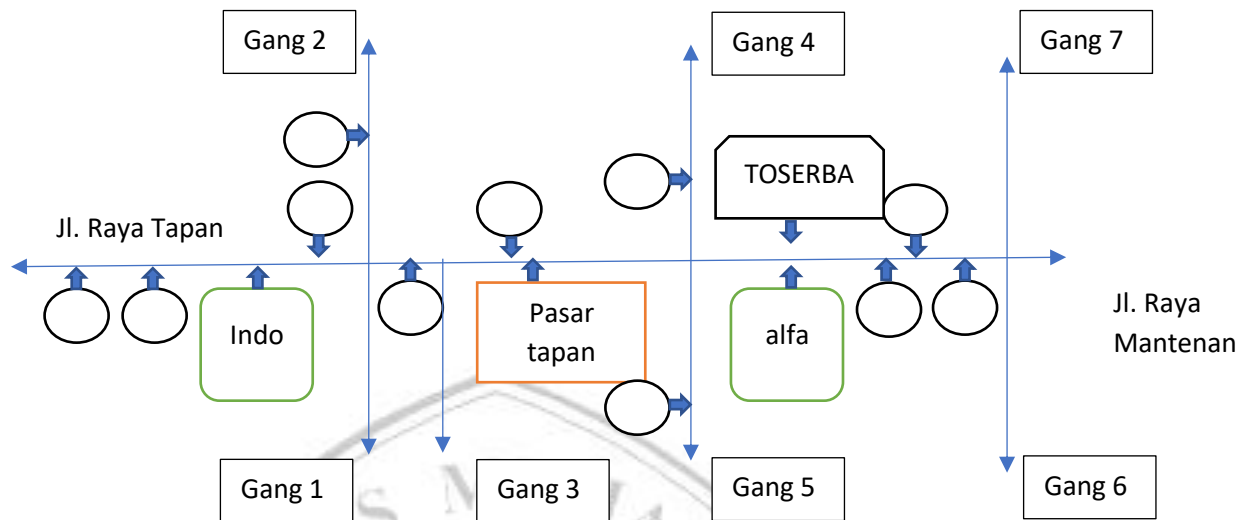
karena tempat yang bersih, harga yang sudah tertera, harga yang bisa bersaing dengan toko sembako, barang juga lebih lengkap dan masih banyak alasan lainnya yang mendasari.




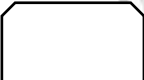
Ini juga tidak lepas dari peran pemerintahan karena pemerintah tidak memperhatikan ruang yang dimiliki toko kelontong. Adapun kebijakan Perda Kabupaten Blitar Nomor 17 tahun 2011 tentang penataan dan pembinaan pasar tradisional dan toko modern disebutkan jarak yang diperbolehkan pasar modern dengan pasar tradisional minimal 1 km, serta toko modern harus menyediakan minimal 1% tempat untuk menjual produk lokal. “faktanya kalau kita mau lebih jeli jarang sekali toko modern yang menyediakan produk lokal”. Perda ini juga membatasi pendirian ritel modern bahwa jumlah maksimal toko modern tiap kecamatan yakni 2 toko modern, namun fakta kenyataannya di lapangan cukup banyak dalam satu kecamatan ([dprd.blitarkab.go.id](http://dprd.blitarkab.go.id).2018).

Selain gambaran di atas data awal untuk mengajukan penelitian ini didukung dengan data yang saya dapat dari proses awal wawancara untuk memperkuat gambaran di atas.

Berikut adalah skema *spacial* gambar olah TKP yang akan di teliti

lebih lanjut :



1.  Tanda untuk letak toko Tradisional
2.  Gambar satu Indomaret dan dua alfamart
3.  Gambar ini adalah tempat dimana pasar tradisional berada
4.  Gambar ini adalah Toserba (Toko Serba Ada)

Gambar 1. 1 Gambar TKP yang akan di teliti

Dan gambaran beberapa tes wawancara yang saya lakukan dengan beberapa pemilik toko ritel tradisional untuk menunjang penelitian ini, hasilnya sebagai berikut : pemilik warung bernama WYN, beliau bercerita bahwa semenjak didekatnya pada tahun 2017 awal berdirinya ritel Indomaret yang hanya berjarak sekitar 20 meter dari tokonya, rasa tersaingi namun sampai 2018 akhir tepatnya beliau masih bisa menyesuaikan dengan ritel modern mulai dari meminimalisir ke untungan demi harga saing dengan ritel modern,

berusaha seramah mungkin dengan pengan dan sampai pmencari distributor yang bisa memberi harga yang murah agar dia bisa menyesuaikan. Mulai dari awal tahun 2019 sampai detik ini. Toko milik WYN ini akhirnya merasakan tekanan yang sangat karena mulai dari tahun 2019 awal Indomaret dan Alfamart yang berdekatan ini gencar-gencarnya melakukan diskon setiap akhir minggu di hari jum'at sampai dengan minggu. Setiap minggu pasti ada yang berkeliling untuk menyebarkan brosur yang berisikan diskon-diskon dari ritel modern Alfamart dan Indomaret. WYN ini juga bercerita mengenai toko-toko tradisional yang lain banyak mengalami kesurutan dan bahkan ada juga yang sudah gulung tikar karena tidak bisa menyesuaikan dengan keadaan.

## **1.2 Rumusan Masalah**

Berdasarkan latar belakang yang sudah ada dapat di tarik rumusan masalah sebagai berikut : Bagaimana dampak representasi ruang yang di timbulkan akibat adanya intervensi ritel modern Alfamart dan Indomaret di Desa Bakung Kabupaten Blitar?

## **1.3 Tujuan Penelitian**

Tujuan penulisan berdasarkan uraian dan latar belakang permasalahan di atas, maka terdapat tujuan penulisan yaitu untuk mengetahui dampak yang di timbulkan oleh intervensi ritel modern Alfamart dan Indomaret di Desa Bakung Kabupaten Blitar

## **1.4 Manfaat Penelitian**

### **A. Manfaat teoritis**

Untuk menambah wawasan dan pengetahuan bagi keilmuan sosiologi terutama dalam kajian-kajian yang berkaitan dengan masalah yang diteliti yaitu

permasalahan maupun dampak terkait dengan adanya intervensi dari pembangunan ritel modern (Indomaret / Alfamart) di daerah pedesaan.

## **B. Manfaat Praktis**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat diterapkan oleh pihak-pihak yang berkompeten dan memiliki wewenang seperti contohnya pemerintah, akademisi, dan masyarakat anfaat praktis tersebut dapat penulis uraikan sebagai berikut :

### **a. Manfaat Bagi Pemerintah**

Hasil penelitian tentang toko ritel modern di desa bakung, studi pada ritel modern Indomart dan Alfamart di Desa Bakung, Kecamatan Udanawu, Kabupaten Blitar, diharapkan dapat dijadikan rujukan dalam bentuk pengelolaan tataletak maupun dampak dari ritel modern, peraturan dan jarak zonasi dengan toko kelontong maupun pasar milik masyarakat sehingga tidak menimbulkan dampak yang begitu signifikan kepada masyarakat yng mempunyai toko di pasar dan toko rumahan.

### **b. Manfaat Bagi Akademisi**

Hasil penelitian ini diharapkan dapat nmenjadi referensi baru bagi mahasiswa jurusan Sosiologi maupun jurusan lain, sebagai penunjang keilmuan dan mempertajam penelitian terkait dampak sosial yang di timbulkan oleh intervensi ritel modern Indomart dan alfamart di pedesaan khususnya pada konsentrasi sosiologi pembangunan.



## **1.5 Definisi konsep**

### **1. Intervensi**

Menurut Argyris intervensi adalah adanya kegiatan yang mencoba masuk ke dalam suatu sistem tata hubungan yang sedang berjalan, hadir berjalan di antara orang-orang, kelompok ataupun objek dengan tujuan untuk membantu mereka. Membantu negara dalam mengelola perekonomian di dalam masyarakat dan berusaha masuk ke area pedesaan melalui ritel modern untuk membuat suatu perekonomian berjalan di antara masyarakat dan juga mempermudah untuk memenuhi kebutuhan masyarakat yang semakin maju dengan perkembangannya . Pemikiran itu ialah bahwa sistem yang akan di intervensi itu tidak tergantung sama sekali pada pengintervensi (Thoha, miftah, 1989:160).

### **2. Ritel Modern**

Kata “Ritel” berasal dari bahasa Prancis, *ritellier*, artinya memotong, atau memecah sesuatu. Ritel atau menjual eceran (*retailing*) dapat diartikan segala kegiatan yang terlibat dalam penjualan barang, produk, atau jasa secara langsung kepada konsumen akhir untuk pemakaian pribadi dan bukan penggunaan bisnis atau dijual ulang. Ritel juga bagian dari aktifitas-aktifitas bisnis yang melakukan pengambilan nilai lebih terhadap produk-produk dan layanan penjualan untuk penggunaan atau konsumsi perorangan ataupun keluarga (Whidiya, Cristina, 2006 :4).

### **3. Indomaret dan Alfamart**

Indomaret adalah Jaringan retail waralaba di Indonesia Sudono Salim / Liem Sioe L adalah pengusaha Indonesia keturunan orang Tiongkok, merupakan pemilik salim group, yang meliputi, PT Mega, Indocement, Indofood, Indomobil, Indosiar, BCA, Indomaret, Indomarco, PT Hanurata, dan PT Waringin Kencana.

Djoko Susanto adalah pengusaha Indonesia yang telah berhasil mengembangkan bisnis ritel modern Alfa Minimarket yang saat ini, di bawah pengawasan PT. Sumber Alfaria Trijaya Tbk : Alfamart, Alfa Exspress, Alfa Midi, dan Lawson (Setiya, Bima,2018).

#### **1.6 Metode Penelitian**

##### **1) Pendekatan Penelitian.**

Penelitian ini akan menggunakan metode penelitian dengan basis penelitian kualitatif, dimana penelitian kualitatif merupakan sebagai pendekatan penelitian yang mendalam dan berakar. Pemilihan pendekatan penelitian kualitatif ini karena berfokus dalam deskriptif alnaitik dan melakukan lebih banyak analisis data dengan teori (Deddy,mulyana, 2011;144).

Penelitian ini lebih menggunakan pendekatan kualitatif karena relevansi untuk penggambaran masalah yang di angkat oleh peneliti lebih kearah persoalan mengenai dampak yang di timbulkan oleh ritel modern alfamart dan indomaret. Oleh karena itu dengan menggunakan pendekatan kualitatif dapat memberikan informasi secara menyeluruh.

## **2) Jenis Penelitian**

Penelitian ini lebih bertujuan untuk mendeskripsikan dengan jelas dan terperinci terkait suatu fenomena. Metode yang di gunakan dalam penelitian kualitatif adalah salah satu prosedur dalam penelitian yang menghasilkan penjabaran data deskriptif berupa tulisan-tulisan dan perilaku orang yang akan diamati. Penelitian deskriptif adalah penelitian yang bertujuan untuk mengumpulkan informasi-informasi terkait atau penggambaran sitatusi dan kondisi yang ada, dimana suatu kondisi yang terjadi itu merupakan kondisi *real* (nyata) apa adanya saat melakukan penelitian (Arikunto.2010;235). Penelitian yang deskriptif ini bertujuan untuk penulisan data yang sistematis, faktual, akurat, dan juga mempunyai fakta-fakta dengan fenomena yang di selidiki (Nazir.1988 ;83).

## **3) Lokasi Penelitian.**

Dalam melakukan penelitian, lokasi penelitian menjadi tempat penulis melakukan penelitian berada di, Desa Bakung, Kecamatan Udanawu, Kabupaten Blitar, tempat dimana banyak ritel modern Alfamart dan Indomaret yang berjejer disitu yang jaraknya cuma puluhan meter dari toko kelontong milik warga masyarakat maupun pasar tradisional yang akhirnya membuat ruang *spacial* yang baru.

## **4) Teknik Menentukan Subjek Penelitian**

Menentukan subjek dalam sebuah penelitian merupakan hal yang penting dalam melakukan penelitian. Menentukan subjek penelitian yang baik, akan di peroleh data dan informasi yang sesuai dengan fakta lapangan. Menentukan subjek dalam penelitian kualitatif ini dengan teknik *purposive sampling*, yakni

pengumpulan sampel dengan pertimbangan sesuai kriteria tertentu (Sugiyono, 2012:85). Berikut adalah subjek dalam penelitian yang sudah dipilih menggunakan teknik *purposive sampling* sebagai berikut :

- a. Pemilik toko kelontong yang berada di sekitar area *spacial* ritel modern sebagai korban utama dari dampak ritel modern Indomaret dan Alfamart. Subjek utama dari penelitian karena pemilik toko kelontong merupakan sumber data dan informasi yang baik karena pada dasarnya pemilik lebih tau dan memahami terkait data yang dicari oleh peneliti. Pemilik toko kelontong yang berada di sekitar Alfamart dan Indomaret berikut pasar tradisional yang berdekatan menjadi objek yang paling utama dan mengambil 4 orang sebagai subjek dan informan.
- b. Karyawan Alfamart dan Indomaret yang berada di Desa Bakung merupakan subjek kedua yang dituju peneliti. Karena karyawan Indomart dan Alfamart juga ikut berkontribusi di dalamnya dan kemungkinan banyak mempunyai data yang diinginkan dan mengambil 2 orang sebagai subjek yang berkerja di antara kedua ritel modern tersebut.
- c. Masyarakat yang tinggal di Desa Bakung dan sekitarnya karena mereka semua adalah target dari ritel modern yang terakumulasi oleh pengaruh ruang sosial yang terjadi. Subjek dan informan yang diambil sebanyak 3 orang.

## **5) Sumber Data.**

Data dapat dikelompokkan menjadi dua bagian yaitu : data primer, dan sekunder.

### **1) Data primer.**

Data primer adalah data yang didapatkan secara langsung oleh peneliti tanpa melalui perantara / sumberlain. Data primer ini didapatkan dengan dua cara, melalui pengamatan maupun observasi secara langsung terhadap ritel modern Indomaret, Alfamart, toko kelontong, terakhir adalah dengan wawancara secara langsung dengan subjek / informan yang telah ditentukan.

### **2) Data Sekunder.**

Data yang didapatkan oleh peneliti secara tidak langsung dari objek penelitian ataupun data yang diperoleh melalui perantara media tertentu maupun dari hal lain yang tujuannya memperkuat data penelitian. Contoh data sekunder ini adalah, penelitian yang sebelumnya, pemberitaan *online*, e-jurnal, buku-buku, foto terkait, dan juga dokumen-dokumen baik dari pemerintah maupun dokumen pribadi yang terkait dengan permasalahan dampak ritel modern terhadap toko kelontong.

## **6) Teknik Pengumpulan Data**

### **a) Observasi**

Teknik pengumpulan data yang digunakan dalam penelitian ini adalah observasi, observasi dilakukan secara langsung dimana peneliti berada bersama dengan objek yang diteliti atau dalam satu peristiwa

tersebut. Observasi dalam penelitian ini dilakukan untuk mengamati dan mengetahui bentuk dampak yang di timbulkan setelah pembangunan-pembanguna ritel modern Alfamrat dan Indomart terhadap toko kelontong dan pasar tradisional yang berdekatan.

Observasi yang dilakukan yakni obsevasi partisipatoris atau observasi secara langsung. Observasi ini dilakukan dengan cara bertemu dengan subyek-subyek penelitian yang telah dipilih. Dengan metode observasi ini peneliti akan lebih mudah melakukan penelitian dan pengamatan berdasarkan melihat secara langsung dan mengamati realitas pada kejadian yang di amati tanpa keraguan.

b) Wawancara.

Wawancara yang dilakukan secara umum dan terbuka dengan subjek penelitian maupun informan tujuannya adalah proses memperoleh ketenangan dalam melakukan tanya jawab dengan responden sambil menatap muka antara yang mewancarai dengan informan atau orang yang sedang di wawancarai, pendektan dengan informan dalam kehidupan sosial yang relatif lama sangatg diperlukan, dengan demikian data yang di dapat tidak akan menimbulkan bias kesalahan karena sudah ada kedekatan dan terjun langsung dengan kehidupan sosial responden (Burhan,Bungin.2010;108).

Pengumpulan data ini di tunjang dengan rekaman wawancara dan penulisan hasil wawancara.. Wawacara dilakuakan dengan memberi pertanyaan yang perlu di sampaikan peneliti akan menanyakan tentang dampak-dampak yang di timbulkan akibat dari ritel modern kepada

pemilik toko kelontong, kedua peneliti ingin mewawancarai pegawai indomart dan alfamart karena sedikit banyak pasti memiliki data yang diinginkan oleh peneliti.

Wawancara ini dilakukan dengan proses mewawancarai subjek yang sudah ditentukan untuk memperoleh data dampak yang ditimbulkan oleh ritel modern terhadap toko-toko kelontong. Subjek penelitian yang dimaksud adalah pemilik toko kelontong, karyawan yang berada di Indomaret dan Alfamart, serta informan yaitu kepala Desa Bakung.

c) Dokumentasi.

Dokumentasi merupakan data yang di peroleh dari arsip yang sudah ada sebelumnya kedalam bentuk foto, catatan kegiatan, hasil rapat besar, jurnal kegiatan, dan lain-lain. Data berupa dokumen ini di gunakan untuk menggali informasi yang terjadi di masa lalu. Sebagai peneliti harus pintar dalam mengelola data agar dokumen-dokumen terkait dengan penelitian agar menjadi data yang berguna dalam sebuah penelitian (Faisal,1990;77).

Penggabungan dengan data dokumentasi dalam sebuah penelitian agar mendapat data serta informasi dalam meneliti dampak yang di timbulkan oleh ritel modern di desa Bakung terhadap toko kelontong dan pasar tradisional milik masyarakat setempat, dalam bentuk dokumentasi dan pengarsipkan data yang telah di dapatkan.

## 7) Teknik Analisa.

Analisis data ini sebagai bentuk proses dari penyusunan data secara baik dari data yang di dapat dari wawancara dan data lapangan agar mudah dipahami dan terkait dengan pemilihan data yang penting maupun yang dinilai kurang penting dan pembuatan kesimpulan yang nantinya mudah di baca oleh orang lain. Tahapan analisis interaktif yang dikenalkan oleh Miles dan Huberman yaitu :

### a) Reduksi Data.

Reduksi data juga termasuk dalam analisis data bertujuan untuk menggolongkan atau mengelompokkan data serta menggambarkan data dan membuang data yang tidak di perlukan. Semua ini dilakukan guna untuk mempermudah peneliti untuk memverifikasi data dan menggambarkan analisis dengan baik. Bermanfaat untuk mempermudah pencarian data apabila diperlukan kembali. (Sugiyono,2012;247).

### b) Penyajian data.

Penyajian data adalah tindak lanjut dari reduksi data dimana kumpulan dari informasi tersusun guna sebagai penarikan dalam pembuatan kesimpulan dan langkah dalam pengambilan tindakan. Demi menyajikan data yang lebih baik merupakan suatu cara yang utama bagi menganalisis dengan kualitatif yang valid, meliputi : berbagai jenis grafik, bagan, dan tabel. Dengan demikian penganalisis dapat menilai



apa yang sedang terjadi, dan menentukan apakah menarik kesimpulan yang benar (Sugiyono, 2012:249).

c) Kesimpulan Dan verifikasi.

Penarikan kesimpulan juga bisa disebut verifikasi ini adalah tahap awal yang dikemukakan masih bersifat sementara dan bisa berubah bila tidak di temukan bukti-bukti kuat sebagai pendukung pada tahap pengumpulan data selanjutnya. Dengan demikian apabila dalam peneliatian awal sudah mendapatkan data yang sesuai saat peneliti sudah kembali kelapangan dan di dukung dengan bukti-bukti yang sesuai fakta. Maka kesimpulan ini dapat di sebut kesimpulan yang kredibel (Sugiyono,2012:252).

